

Plakativ

Highlights der Wahlwerbung von Parteien zur Europawahl 2009

von Mike Friedrich

Als Sammler von politischen Plakaten muss ich bei moderner Plakatwerbung von Parteien oft an historische Plakatwerbung denken. Ein Hauch von Zynismus.

Vor etwa 90 Jahren wurden Flachdrucke verwendet, oder Plakatkünstler beauftragt. Nach dem zweiten Weltkrieg entwickelten sich Siebdruck und schließlich der Offsetdruck. Später wurden auch Fotomontage- und Airbrushverfahren verwendet. Und auch diverse Flyer, die heutzutage mal eben schnell am PC angefertigt werden, mussten früher teilweise per Schreibmaschine mühsam abgetippt werden. Grafische Elemente wurden damals kaum verwendet. Heute wird fast ausschließlich am PC gearbeitet.

In vergangenen Wahlkämpfen ist oft unangenehm aufgefallen, dass z.B. Partei XY 4 Wahlplakate in jeweils unterschiedlichem Layout präsentiert. Dies führte bei WählerInnen oft zu Verwirrung. Heutzutage ist allerdings auch bei den kleineren Parteien ein Prozess der Professionalisierung im Bereich der visuellen Kommunikation zu erkennen. Es ist sozusagen eine Anpassung der Printmaterialien an das politische Erscheinungsbild der Parteien vollzogen worden. Die von den jeweiligen Parteien gewählten Farben, Logos und grafische Elemente werden oft standardisiert verwendet. Ob diese Entwicklung größeren Einfluss auf die Ergebnisse der Sonstigen/Anderen hat, muss genauer beobachtet werden.

Viele Parteien in Deutschland haben sicherlich Werbeagenturen beauftragt, welche sich um die Anfertigung von Wahlkampfmaterialien kümmern sollten. Aber was nach den Wünschen der Parteizentralen von den Agenturen zu Papier gebracht wurde, belustigt oder verärgert eher, als das man es ernst nimmt. Eine Ursache dafür könnte sein, dass die Agenturen, teilweise im Ausland arbeitend (z.B. Polen → Kostenfaktor), sich mit der visuellen Umsetzung nationaler Themen anderer Staaten schwer tun.

CDU:

Die Bundeskanzlerin Angela Merkel wurde großflächig zur Europawahl 2009 plakatiert. Hat sich jemand eigentlich gefragt, wer für die CDU kandidiert? Nun, Frau Merkel jedenfalls nicht. Zudem wurde Sie für die Optik stark verjüngt. Für Herrn Pöttering, CDU-Spitzenkandidat und Präsident des Europaparlamentes fand die CDU aber keine Fläche. Eine glatte Wählertäuschung! Außerdem fallen langweilige grafische Gestaltung und inhaltslose Auswahl der Slogans (Wir in Europa!) auf.

CSU:

Die CSU spielte ihre Stärke, die regionale Verbundenheit, mit Slogans (Nur wer die CSU wählt, gibt Bayern eine eigene Stimme in Europa.) aus. Die sonstige grafische Gestaltung ist eher schlicht und unauffällig, sprich konservativ.

SPD:

Ein Problem mit dem Bekanntheitsgrad der Europaparlamentarier hatte auch die SPD. Hier wurde Herrn Schulz, SPD-Spitzenkandidat, wenigstens Außenminister Herr Steinmeier zur Seite gestellt, der ja über einen gewissen Grad an Bekanntheit verfügt. Die Comic-Plakate der SPD mit Hai und Fön haben mit Sicherheit keine Wähler abgeschreckt FDP oder LINKE zu wählen, dafür aber umso mehr Lacher provoziert.

FDP:

Die FDP plakatierte ihre Spitzenkandidatin Frau Koch-Mehrin und hatte üblicherweise blau-gelb als Standardfarben verwendet. Sie ist wohl die einzige EU-Kandidatin, die einen gewissen Bekanntheitsgrad besitzt. Traurig ist allerdings, dass durch die Debatte um die Präsenzquote (Anwesenheitsquote), die Frau Koch-Mehrin auch mit ihrem Schwangerschaftsurlaub nicht mehr rechtfertigen konnte, dieser Bekanntheitsgrad erreicht wird. Das Ergebnis der FDP zur Europawahl

ist allerdings mit guter Wahlwerbung nicht in Verbindung zu bringen.

Linke:

Die Linken hatten zur Europawahl die Idee, dass anstatt des standardisierten roten, nun mit blauem Hintergrund, der die europäische Fahne stilisieren sollte, geworben wird. Eine gute, nicht aufdringliche Idee, die aber möglicherweise gar nicht beim Wähler angekommen ist. Eine besonders originelles Großplakat war ebenfalls mit blauem Hintergrund und dem Slogan *Rot wählen!* versehen. Ein eher ungewöhnliches Plakat in diesem Wahlkampf, da auch die übrigen Plakate nur Standardthemen der Linken aufgegriffen haben.

Grüne:

Die Grünen hatten DIE zentrale Wahlaussage: WUMS! Otto Normalverbraucher dürfte sich aber beim vorbeigehen an einem solchen Plakat gefragt haben: Was soll das? Nun: WUMS steht für Wirtschaft und Umwelt, Menschlich und Sozial! Mal abgesehen davon, dass dieser Slogan möglicherweise kaum positive Auswirkungen hatte, plakatierte die Grünen ihre Standardthemen auf grünem Hintergrund.

Zur Kritik muss man sagen, dass Mensch auch mit beschränktem Blick auffallen kann, dass es seit Jahren einen amerikanisierten Trend zum Personenwahlkampf gibt. Eine traurige Entwicklung. Auch CDU, FDP und SPD setzten im Europawahlkampf vermehrt auf Personenplakate, obwohl es viele wichtige europapolitische Themen gibt. Während bei Linken und Grünen zwar auch Personenwahlplakate vorhanden waren, wurde dort meiner Meinung nach der Kampf um die Themen aber in den Vordergrund gestellt.

Für die kommenden Bundes- und Landtagswahlen bleibt zu hoffen, dass die Probleme unserer Gesellschaft konkreter plakatiert werden und generell Themen, und nicht Personen im Vordergrund stehen.